

# Облікова картка дисертації

## I. Загальні відомості

**Державний обліковий номер:** 0825U000457

**Особливі позначки:** відкрита

**Дата реєстрації:** 06-02-2025

**Статус:** Запланована

**Реквізити наказу МОН / наказу закладу:**



## II. Відомості про здобувача

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Келманович Олександр ..

2. Alexander Kelmanovich

**Кваліфікація:**

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Вид дисертації:** доктор філософії

**Шифр наукової спеціальності:** 075

**Назва наукової спеціальності:** Маркетинг

**Галузь / галузі знань:**

**Освітньо-наукова програма зі спеціальності:** Маркетинг

**Дата захисту:**

**Спеціальність за освітою:** Бізнес адміністрування - фінанси

**Місце роботи здобувача:**

**Код за ЄДРПОУ:**

**Місцезнаходження:**

**Форма власності:**

**Сфера управління:**

**Ідентифікатор ROR:** Не застосовується

**Сектор науки:** Не застосовується

### **III. Відомості про дисертацію**

**Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради):** PhD 7739

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

### **IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

### **V. Відомості про дисертацію**

**Мова дисертації:** Українська

**Коди тематичних рубрик:** 82.15.21, 82.15.21.09, 06.92

**Тема дисертації:**

1. Маркетингове стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін
2. Marketing strategic management of financial and economic security of an enterprise under the conditions of convergence of transformational changes

**Реферат:**

1. Дисертаційну роботу присвячено розробці теоретико-методичних основ та практичних рекомендацій щодо формування маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін. В контексті опрацювання даної проблематики досліджено теоретико-методичні основи маркетингової діяльності як форми взаємодії підприємств із суб'єктами ринку, здійснено аналіз стану та факторів маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки машинобудівних підприємств, побудовано архітектоніку маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою підприємства в умовах конвергенції трансформаційних змін. Здійснено

аналіз наукових підходів щодо визначення концепцій маркетингу та їх еволюційного розвитку, а саме виробничої, товарної, збутової, маркетингової, соціально-відповідальної концепції, маркетингу взаємовідносин, сервісної та комунікаційної, кожна з яких має власну специфіку. Систематизовано наукові підходи до визначення «маркетингу» та «стратегічного маркетингу» із формуванням авторських визначень. На основі розгляду підходів до управління маркетинговою діяльністю сформована альтернативна етапність забезпечення маркетингової діяльності промислового підприємства, яка може бути використаною керівництвом для підвищення ефективності маркетингу та посилення безпеки. Запропоновано концептуальну процесно-компетентнісну модель структурної синхронізації стратегічного маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки промислового підприємства за умов конвергенції трансформаційних змін. Схематично представлено візуалізацію етапності оцінювання рівня маркетингового забезпечення промислових підприємств в системі управління їх фінансово-економічною безпекою, яка здійснює вплив на формування стратегічних заходів та маркетингових стратегій. З метою оцінки маркетингового забезпечення та фінансово-економічної безпеки досліджено основні показники фінансово-господарської діяльності ПрАТ «Калинівський машинобудівний завод», ПрАТ «Барський машинобудівний завод», ПАТ «Могилів-Подільський машинобудівний завод», ТОВ «Краснянське СП «Агроташ», ПАТ «Укрелектроапарат». Виокремлено основні зовнішні чинники забезпечення безпеки підприємства в аспекті конвергентно-орієнтованого розвитку. Систематизовано базові зовнішні фактори впливу на маркетингове забезпечення із визначенням найвагоміших та схематичним представленням перепон у відновленні та розвитку діяльності вітчизняних підприємств в сучасних умовах ведення бізнесу. Виокремлено основні чинники та проблеми, які впливають на маркетингове стратегічне управління безпекою промислових підприємств та надано пропозиції до їх усунення. Розроблено підсистему базових оціночних показників маркетинг-менеджменту економічної безпеки промислового підприємства, до яких віднесено параметри збутової, товарної політики; параметри цінової політики; параметри-характеристики маркетингових витрат; параметри визначення рівня фінансово-економічної безпеки підприємства із пропозицією розрахунку відповідного узагальнюючого інтегрального параметра. Досліджено напрями удосконалення товарної політики промислового підприємства в аспекті її базових складових. Запропоновано науково-методичний підхід до процесу ціноутворення в імплементації забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Деталізовано логіку формування маркетингової стратегії для досягнення поставлених підприємством цілей, в тому числі щодо забезпечення та підвищення фінансово-економічної безпеки. Побудовано архітектуру маркетингового стратегічного управління фінансово-економічною безпекою промислового підприємства, яка складається із дослідницько-аналітичної, функціонально-цільової та організаційно-методичної складових, визначених цілей, системи принципів, інструментарію, методів, технологій та комплексу функцій. Схематично представлено профіль комплексної структуризації та аналізу досє підприємств-конкурентів, в якому запропоновано здійснювати поглиблену оцінку стратегій конкуруючих підприємств та їх фінансової ефективності, а також фінансовий аналіз на основі виконаної вибірки конкурентів за рядом критеріїв. Обґрунтовано нинішню концепцію контролінгу в системі управління підприємством, зокрема в забезпеченні фінансово-економічної безпеки та підходи до формування дієвого інформаційно-аналітичного базису, який забезпечує взаємоузгодженість функціональних заходів контролінгу в аспекті кожного компоненту фінансово-економічної безпеки підприємства.

2. The dissertation work is devoted to the development of theoretical and methodological foundations and practical recommendations for the formation of marketing strategic management of the financial and economic security of an enterprise under the conditions of convergence of transformational changes. In the context of the study of this issue, the theoretical and methodological foundations of marketing activity as a form of interaction of enterprises with market entities were studied, the state and factors of marketing support for the financial and economic security of machine-building enterprises were analyzed, the architecture of marketing strategic management of the financial and economic security of an enterprise under the conditions of convergence of transformational changes was built. An analysis of scientific approaches to the definition of marketing concepts and their evolutionary development was carried out, namely, production, commodity, sales, marketing, socially

responsible concepts, relationship marketing, service and communication, each of which has its own specifics. Scientific approaches to the definition of «marketing» and «strategic marketing» were systematized with the formation of author's definitions. Based on the consideration of approaches to marketing management, an alternative phrasing of marketing activities of an industrial enterprise has been formed, which can be used by management to increase marketing efficiency and strengthen security. A conceptual process-competence model of structural synchronization of strategic marketing support of financial and economic security of an industrial enterprise under conditions of convergence of transformational changes has been proposed. A schematic visualization of the stages of assessing the level of marketing support of industrial enterprises in the system of managing their financial and economic security, which influences the formation of strategic measures and marketing strategies, is presented. In order to assess marketing support and financial and economic security, the main indicators of financial and economic activity of PrJSC «Kalyniv Machine-Building Plant», PrJSC «Bar Machine-Building Plant», PJSC «Mohyliv-Podilsky Machine-Building Plant», LLC «Krasnyanske SP «Agromash», PJSC «Ukrelektroaparat» were studied. The main external factors of ensuring the security of the enterprise in the aspect of convergent-oriented development were identified. The basic external factors of influence on marketing support were systematized with the definition of the most significant and schematic representation of obstacles to the restoration and development of the activities of domestic enterprises in modern business conditions. The main factors and problems that affect the marketing strategic management of the security of industrial enterprises were identified and proposals for their elimination were provided. A subsystem of basic evaluation indicators of marketing management of the economic security of an industrial enterprise has been developed, which include parameters of sales and product policy; parameters of pricing policy; parameters-characteristics of marketing costs; parameters for determining the level of financial and economic security of the enterprise with a proposal for calculating the corresponding generalizing integral parameter. The directions of improving the commodity policy of an industrial enterprise in terms of its basic components are investigated. A scientific and methodological approach to the pricing process in the implementation of ensuring the financial and economic security of the enterprise is proposed. The logic of forming a marketing strategy to achieve the goals set by the enterprise, including ensuring and increasing financial and economic security, is detailed. The architecture of marketing strategic management of the financial and economic security of an industrial enterprise is built, which consists of research and analytical, functional and target and organizational and methodological components, defined goals, a system of principles, tools, methods, technologies and a set of functions. A profile of complex structuring and analysis of the dossier of competing enterprises is schematically presented, in which it is proposed to carry out an in-depth assessment of the strategies of competing enterprises and their financial efficiency, as well as financial analysis based on a sample of competitors according to a number of criteria. The current concept of controlling in the enterprise management system is substantiated, in particular in ensuring financial and economic security, and approaches to the formation of an effective information and analytical basis that ensures the coordination of functional controlling measures in the aspect of each component of the enterprise's financial and economic security.

**Державний реєстраційний номер ДіР:**

**Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:** Фундаментальні наукові дослідження з найбільш важливих проблем розвитку науково-технічного, соціально-економічного, суспільно-політичного, людського потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності України у світі та сталого розвитку суспільства і держави

**Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:** Не застосовується

**Підсумки дослідження:** Нове вирішення актуального наукового завдання

**Публікації:**

- Kelmanovich A., Trusova N., Chorna L., Kudlaenko S., Denysiuk O. Glocal Dimensions of the Safe Development of Marketing Communications of Transnational Corporations. Review of Economics and Finance. 2022. N. 20. P. 1179–1195.
- Келманович О. Теоретико-методичні підходи маркетингового забезпечення промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 6. Т. 2. С. 427–429.
- Келманович О. Концептуальні засади маркетингового управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 4. Т. 3. С. 362–365.
- Келманович О. Технології забезпечення ефективної маркетингової діяльності промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2021. № 3. С. 182–185.
- Келманович О. Вплив факторів на показники фінансово-економічної безпеки підприємства в системі конвергенції трансформаційних змін. Науковий погляд: економіка та управління. 2023. № 4(84). С. 48–53.
- Келманович О. Наукова полеміка з питань імплементації маркетингових управлінських рішень в процесі управління підприємством. Науковий журнал «Причорноморські економічні студії». 2023. Вип. 84. С. 74–78.
- Келманович О. Маркетинг фінансово-економічної безпеки підприємства: інноваційний аспект. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023. Вип. 9(09). С. 152–156.
- Келманович О., Чорна Н. Ю., Кудлаєнко С. В. Інноваційна складова стратегії соціально-економічного розвитку та забезпечення економічної безпеки регіону в контексті перспектив впровадження глобальних новацій. Інвестиції: практика та досвід. 2024. № 15. С. 72–79.
- Келманович О., Чорна Л. О., Кудлаєнко С. В., Чорна Н. Ю. Кадрове управління та його техніко-технологічне забезпечення як складова оперативного та стратегічного менеджменту. Агросвіт. 2024. № 10. С. 4–11.
- Келманович О. Контролінг в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2024. Т. 330. № 3. С. 517–522.
- Келманович О. Сучасні аспекти формування маркетингової стратегії підвищення фінансово-економічної безпеки підприємства. Modeling the development of the economic systems. 2024. № 2. С. 333–339.
- Келманович О. Підходи до оцінки рівня маркетингового забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. Development Service Industry Management. 2024. № 1. С. 299–304.

**Наукова (науково-технічна) продукція:**

**Соціально-економічна спрямованість:**

**Охоронні документи на ОПВ:**

**Впровадження результатів дисертації:** Впроваджено

**Зв'язок з науковими темами:** 0122U001212

## **VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Нижник Віктор Михайлович

2. Viktor M. Nyzhnyk

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.07

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

## **VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів**

**Офіційні опоненти**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Райко Діана Валеріївна

2. Diana V. Raiko

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"

**Код за ЄДРПОУ:** 02071180

**Місцезнаходження:** вул. Кирпичова, буд. 2, Харків, Харківський р-н., 61002, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Тарасюк Галина Миколаївна

2. Halyna M. Tarasiuk

**Кваліфікація:** д.е.н., професор, 08.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Державний університет "Житомирська політехніка"

**Код за ЄДРПОУ:** 05407870

**Місцезнаходження:** вул. Чуднівська, буд. 103, Житомир, Житомирський р-н., 10005, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Петухова Ольга Михайлівна

2. Olha M. Pietukhova

**Кваліфікація:** д. е. н., професор, 08.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Національний університет харчових технологій

**Код за ЄДРПОУ:** 02070938

**Місцезнаходження:** вул. Володимирська, буд. 68, Київ, 01601, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

**Рецензенти**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові:**

1. Любохинець Лариса Сергіївна

2. Larysa S. Liubokhynets

**Кваліфікація:** д.е.н., професор, 08.00.04

**Ідентифікатор ORCID ID:** Не застосовується

**Додаткова інформація:**

**Повне найменування юридичної особи:** Хмельницький національний університет

**Код за ЄДРПОУ:** 02071234

**Місцезнаходження:** вул. Інститутська, буд. 11, Хмельницький, Хмельницький р-н., 29016, Україна

**Форма власності:** Державна

**Сфера управління:** Міністерство освіти і науки України

**Ідентифікатор ROR:**

**Сектор науки:** Університетський

## **VIII. Заключні відомості**

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
голови ради**

Тельнов Анатолій Сергійович

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові  
головуючого на засіданні**

Тельнов Анатолій Сергійович

**Відповідальний за підготовку  
облікових документів**

Кондратюк К.Р

**Реєстратор**

УкрІНТЕІ

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є  
відповідальним за реєстрацію наукової  
діяльності**



Юрченко Тетяна Анатоліївна